

10 C 136/08

Beglaubigte Abschrift



Verkündet am 05.02.2009

Pätzold
Justizobersekretär
als Urkundsbeamter der Geschäftsstelle



Amtsgericht Rheine

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

In dem Rechtsstreit

der

Klägerin und Widerbeklagten,

Prozessbevollmächtigter:

g e g e n

Beklagten und Widerkläger,

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte Czap, Industriestr. 13, 96114
Hirschaid,

hat das Amtsgericht Rheine
auf die mündliche Verhandlung vom 15.01.2009
durch die Richterin

für Recht erkannt:

Die Klage wird abgewiesen.

Auf die Widerklage wird die Klägerin verurteilt, an den Beklagten 473,62 € nebst Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 25.06.2008 zu zahlen.

Es wird festgestellt, dass der Klägerin aus dem behaupteten Anzeigenvertrag vom 05.09.2007 keine weiteren Zahlungsansprüche für die dritte und vierte Ausgabe der Broschüre „ „ gegen den Beklagten zustehen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Der Klägerin wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung durch den Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abzuwenden, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Tatbestand

Die Klägerin nimmt den Beklagten auf Zahlung von Honorar aus einem Anzeigenvertrag in Anspruch. Der Beklagte begehrt widerklagend die Rückzahlung einer bereits erbrachten Honorarleistung.

Die Klägerin verlegt die Broschüre „ „, die vierteljährlich erscheint. In der Broschüre erscheinen zu deren Finanzierung Anzeigen von gewerblichen Kunden. Der Beklagte erteilte der Klägerin am 05.09.2007 nach vorangegangenem telefonischen Kontakt einen Auftragsauftrag über die Schaltung einer Werbeanzeige in der Broschüre „ „. Die Anzeige sollte ein Feld umfassen und als Nettopreis pro Anzeige vereinbarten die Parteien 199,00 € zuzüglich einer Satz- und Reprokostenpauschale von netto 199,00 €. Die Laufzeit des Vertrages sollte 12 Monate und damit 4 kostenpflichtige Auflagen beinhalten. Zu der Verteilung der Broschüre wurde in den Auftragsbedingungen ausgeführt:

„Die Verteilung der Broschüren erfolgt über die Deutsche Post AG an Briefabholer (Postfachinhaber). Die Verteilung erfolgt in der Leitregion des Auftraggebers im

prozentualen Verhältnis sämtlicher Auftraggeber der jeweiligen Ausgabe. Die Mindestauflage beträgt 1000 Stück pro Ausgabe.“

Die Rechnung für die erste Auflage in Höhe von 473,62 € zahlte der Beklagte im Oktober 2007 vorbehaltlos. Die Rechnung vom 12.12.2007 für die zweite Auflage über wiederum 473,62 € beglich der Beklagte nicht. Die Klägerin mahnte die Zahlung mehrfach an und beauftragte sodann ein Inkassounternehmen mit dem Forderungseinzug.

Die Klägerin ist der Ansicht, zwischen den Parteien sei ein wirksamer Werkvertrag zustande gekommen. Das Angebot vom 05.09.2007 enthalte alle wesentlichen Vertragsbestandteile, insbesondere seien die Modalitäten der Verteilung hinreichend konkretisiert. Sie behauptet, dass die zweite Ausgabe der Broschüre mit der enthaltenen Anzeige des Beklagten auch tatsächlich gedruckt und in einer Auflage von 1010 Stück verteilt worden sei.

Die Klägerin beantragt,

den Beklagten zu verurteilen, an sie 473,62 € nebst Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz seit dem 12.01.2008 sowie weitere 15,00 € vorgerichtliche Mahnkosten und weitere 62,00 € Inkassokosten zu zahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Widerklagend beantragt er,

1. festzustellen, dass der Klägerin aus dem behaupteten Anzeigenvertrag vom 05.09.2007 keine weiteren Zahlungsansprüche für die dritte und vierte Ausgabe der Broschüre, „“ gegen ihn zustehen.
2. die Klägerin zu verurteilen, an ihn 473,62 € nebst Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten seit dem 25.06.2008 zu zahlen.

Die Klägerin beantragt,

die Widerklage abzuweisen.

Der Beklagte ist der Ansicht, ein wirksamer Werkvertrag sei nicht zustande gekommen, da die Klägerin kein annahmefähiges Angebot unterbreitet habe. Insbesondere seien die Verbreitungsart und das Verbreitungsgebiet nicht hinreichend konkretisiert.

Ergänzend beruft er sich auf die Einrede des nichterfüllten Vertrages. Hierzu behauptet er, dass die erste und zweite Auflage der Broschüre nicht in der von der Klägerin behaupteten Weise hergestellt und verteilt worden seien.

Entscheidungsgründe

Die Klage hat keinen Erfolg, die Widerklage hingegen ist in vollem Umfang begründet.

A.

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet. Ein Anspruch auf Zahlung der geltend gemachten Vergütung steht der Klägerin unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zu.

I.

Ein solcher Anspruch folgt nicht aus § 631 BGB.

Zwischen den Parteien ist bereits kein wirksamer Vertrag über die Erstellung und Veröffentlichung der streitgegenständlichen Werbeanzeige zustande gekommen. Es fehlt an einer Einigung über alle vertragswesentlichen Bestandteile. Denn das Angebot der Klägerin enthält keine hinreichende regionale Eingrenzung des Verteilungsgebiets der Broschüren.

Verträge, die den Druck einer Anzeige in einer Werbebroschüre und deren Verteilung zum Inhalt haben, sind als Werbeverträge zu qualifizieren, die dem Typ des Werkvertrages zuzuordnen sind. Bei einem derartigen Werbevertrag kommt es dem Kunden nicht nur auf die einzelnen Tätigkeiten, wie das Abdrucken der Anzeige und die Verteilung des Werbeträgers, sondern vor allem auf die Herbeiführung eines bestimmten Erfolges, nämlich einer einheitlich und fortdauernd planmäßig erzielten Werbewirkung an (vgl. BGH NJW 1984, 2406; LG Mainz NJW-RR 1998, 631). Nicht nur die Werbemaßnahme als solche, sondern deren Wirkung auf einen potentiellen Adressatenkreis ist essentieller Bestandteil eines solchen Vertrages und damit der geschuldete Werkerfolg. Zu den vertragswesentlichen Bestandteilen eines solchen

Werbeverträge gehören mithin all diejenigen Elemente, die den zu erreichenden Werkerfolg charakterisieren und bestimmbar machen. Zwingend erforderlich für die hinreichende Bestimmtheit eines Werbevertrages ist daher, dass die Vertragserklärungen auch konkrete Angaben zur Auflagenstärke des als Werbeträger dienenden Mediums, zum Verteilungsgebiet und zu den Auslieferungsstellen enthalten. Denn die Werbewirksamkeit einer Anzeige hängt im Wesentlichen davon ab, wie weit die Anzeige verbreitet wird und wie groß der Adressatenkreis und damit der Kreis potentieller späterer Kunden ist (vgl. LG Mainz a.a.O.; LG Mönchengladbach, Urteil vom 11.07.2006, Az. 2 S 176/05).

Das Vertragsangebot der Klägerin weist lediglich darauf hin, dass die Verteilung der Broschüre an Postfachinhaber in der durch die ersten beiden Stellen der Postleitzahl gekennzeichneten Leitregion des Auftraggebers im prozentualen Verhältnis aller Auftraggeber der jeweiligen Ausgabe erfolgt. Eine ausreichende örtliche Eingrenzung des Verteilungsgebiets ist hierin nicht enthalten. Der werkvertragliche Werbeerfolg ist für den Besteller anhand der vorgegebenen „Rechenformel“ nicht vorherzusehen und zu ermesen. Er vermag nicht abzuschätzen, wie viele Exemplare an welchen Standorten und in welchen Gemeinden an Briefabholer verteilt werden. Der Besteller kann schon nicht ersehen, ob die Klägerin ihre Leistungen regional, in mehreren Bundesländern oder im gesamten Bundesgebiet anbietet. Der Kreis der potentiellen anderen Auftraggeber ist danach völlig unbestimmt. Auch ist völlig unklar, wie viele Exemplare der Broschüre letztlich in der Leitregion des Bestellers zur Verteilung gelangen. Nach der Systematik des Werkvertragsrechts wird der herbeizuführende Werkerfolg von demjenigen bestimmt, der das Werk erstellen lässt, nicht jedoch vom Werkunternehmer. Das ist hier gerade nicht der Fall. Der Beklagte hat keinen Einfluss darauf, mit welchen anderen Anzeigenkunden die Klägerin Verträge schließt und wie viele der potentiellen Auftraggeber aus seiner Leitregion stammen. Die Klägerin kann zudem frei bestimmen, welche Auftraggeber aus welcher Region sie in einer Ausgabe der Broschüre zusammenfasst.

II.

Auch ein Anspruch aus Geschäftsführung ohne Auftrag ist nicht gegeben, da die Aufwendungen der Klägerin für die Erstellung und Verteilung der zweiten Auflage der Broschüre nicht im Interesse des Beklagten standen, §§ 683 S. 1, 670 BGB.

Die Geschäftsführung liegt im Interesse des Geschäftsherrn, wenn das Geschäft für ihn objektiv nützlich ist (Palandt/Sprau, BGB, 67. Aufl., § 683 Rn. 4). Das ist hier nicht der Fall. Die streitgegenständlich Broschüre entfaltet für den Beklagten keine Werbewirksamkeit. Ausweislich der von der Klägerin vorgelegten Verteilerliste (Bl. 18 d. A.) wurden lediglich 66 Exemplare der Broschüre in der Leitregion des Beklagten

verteilt. Die Verteilung erfolgte jedoch nicht am Praxissitz des Beklagten in , sondern in dem ca. 50 km entfernten Ort . Angesichts des regionalen Einzugsbereiches von Arztpraxen entspricht diese Veröffentlichung der Werbeanzeige nicht Interesse des Beklagten.

III.

Die Klägerin hat auch keinen Anspruch gegen den Beklagten aus § 812 Abs. 1 S. 1, 1. Alt BGB. Der Beklagte ist nicht bereichert, denn eine tatsächliche erzielte Werbewirksamkeit ist aus den oben genannten Gründen nicht erkennbar. Es ist nicht ersichtlich, dass die in veröffentlichte Anzeige in werbewirksamer Weise von potentiellen Kunden des Beklagten überhaupt wahrzunehmen war.

B.

Die Widerklage des Beklagten ist zulässig und begründet.

I.

Das besondere Feststellungsinteresse des Beklagten für den Klageantrag zu 2) ist gegeben. Die Klägerin macht hier nur einen Teilanspruch aus dem angeblichen Anzeigenvertrag geltend. Dem Beklagten steht es daher nach § 256 Abs. 2 ZPO zu, die gesamte Vorfrage (Wirksamkeit des Anzeigenvertrages) zur Entscheidung zu stellen und damit feststellen zu lassen, dass die Klägerin keinen weiteren Vertragsanspruch hat (vgl. BGHZ 69, 41). Da die Klägerin nicht erklärt hat, dass sie beim Unterliegen keine weiteren Ansprüche bezüglich der dritten und vierten Broschüre erheben wird, besteht auch ein Rechtsschutzbedürfnis des Beklagten.

II.

Der Beklagte kann vom der Klägerin die Rückzahlung der bereits geleisteten 473,62 € gemäß § 812 Abs. 1, S.1, 1. Alt BGB verlangen. Die Klägerin hat die Zahlung ohne rechtlichen Grund erhalten, da der Werbevertrag vom 05.09.2007 mangels tatsächlicher Einigung über die vertragswesentlichen Bestandteile nicht zustande gekommen ist.

Die Rückforderung ist nicht gem. § 814 BGB ausgeschlossen. Zwar hat der Beklagte die Rechnung für die erste Auflage der Broschüre vorbehaltlos und widerspruchslos bezahlt. Es ist jedoch nicht ersichtlich, dass er hierbei in Kenntnis seiner Nichtschuld handelte. Die Anwendung des § 814 BGB setzt insoweit positive Kenntnis der Rechtslage im Zeitpunkt der Leistung voraus. Bloßes „Kennen müssen“ reicht nicht, selbst wenn die Unkenntnis auf grober Fahrlässigkeit beruht (Palandt/Sprau, BGB, 67.

Aufl., § 814 Rn. 3).

III.

Der Feststellungsantrag des Beklagten ist ebenfalls begründet. Da ein wirksamer Werbevertrag zwischen den Parteien nicht zustande gekommen ist, stehen der Klägerin auch keine weiteren Zahlungsansprüche für die dritte und vierte Ausgabe der streitgegenständlichen Broschüre zu.

IV.

Der Zinsanspruch folgt aus §§ 290, 288 Abs. 2 BGB. Der Antrag des Beklagten wird dahingehend ausgelegt, dass er Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz begehrt.

C.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 S. 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 11, 711 S.1 ZPO.

Der Streitwert wird auf 1.558,78 € festgesetzt.

Beglaubigt

Pätzold

Justizsekretär



